

COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA APPROVA I RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2021

OTTIMA PERFORMANCE NEL SECONDO SEMESTRE

FORTE ACCELERAZIONE DELLE VENDITE RETAIL

AUMENTO DELLA PROFITABILITA'

IMPORTANTE GENERAZIONE DI CASSA

EFFICACE STRATEGIA DI CRESCITA NEL LUNGO PERIODO IN ATTO

Milano, 14 Marzo 2022 – Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A. ha esaminato e approvato il Bilancio Consolidato relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021.

Key highlights:

- Ricavi Retail in crescita a doppia cifra, (sia verso il 2020, sia verso il 2019), sostenuti dalle vendite a prezzo pieno e in forte accelerazione nel secondo semestre rispetto al 2019
- Ottima performance registrata su tutte le categorie di prodotto
- Importante crescita delle vendite on line, pari a 5 volte i volumi del 2019
- Gross margin e EBIT margin in netto miglioramento nel secondo semestre
- Miglioramento del Capitale Circolante Netto, grazie all'efficiente gestione della supply chain
- Forte generazione di cassa, che ha permesso il raggiungimento di una Posizione Finanziaria Netta ampiamente positiva

Key numbers - variazioni a cambi costanti:

- **Ricavi Netti** pari a 3.366 milioni di Euro, in crescita del 41% verso il 2020 e dell'8% verso il 2019, +16% nel secondo semestre rispetto al 2019
- **Vendite Retail** in crescita del 40% verso il 2020 e del 15% verso il 2019, +24% nel quarto trimestre rispetto al 2019
- **Vendite Wholesale** +41% verso il 2020 e -29% verso il 2019
- **Gross margin** pari al 75,7%, che ha raggiunto il 76,8% nel secondo semestre
- **EBIT** a 489 milioni di Euro, pari al 14,5% dei ricavi, 17,4% nel secondo semestre
- **Risultato Netto di Gruppo** a 294 milioni di Euro, pari all'8,8% dei ricavi
- **Flusso di Cassa Operativo** a 751 milioni di Euro
- **Capex** a 216 milioni di Euro
- Ottima gestione del **Capitale Circolante Netto**, in diminuzione del 10% rispetto al 2020
- **Posizione Finanziaria Netta** pari a 238 milioni di Euro, in significativo miglioramento rispetto ai -311 milioni di Euro a dicembre 2020

Retail - variazioni a cambi costanti:

Nel 2021, il canale Retail ha raggiunto vendite pari a 2.931 milioni di Euro, una performance eccellente sostenuta dalle vendite a prezzo pieno e dai consumi locali, +15% rispetto al 2019. Il secondo semestre ha registrato un trend in accelerazione, con il quarto trimestre cresciuto del 24% rispetto al 2019.

Il canale on line ha ottenuto un risultato importante, 5 volte superiore rispetto ai volumi del 2019 e in crescita del 61% rispetto al 2020. L'incidenza dell'e-commerce sul totale delle vendite Retail è pari al 7%.

Vendite per area geografica - variazioni a cambi costanti:

Le vendite in **Europa** ammontano a 749 milioni di Euro, in crescita del 35% verso il 2020 e in calo dell'11% verso il 2019. Nel secondo semestre 2021, il trend è tornato in territorio positivo, +2% rispetto al 2019, con un marcato miglioramento in tutti i paesi.

L'**Asia Pacifico** ha registrato una crescita del 29% rispetto al 2020 e del 30% rispetto al 2019, con vendite pari a 1.192 milioni di Euro. L'intero anno è stato caratterizzato da una forte domanda nei principali mercati dell'area: Cina +56%, Corea +90% e Taiwan +61%, rispetto al 2019.

Le vendite in **America**, pari a 572 milioni di Euro, hanno registrato un'ottima performance lungo tutto l'arco dell'anno: +103% verso il 2020 e +69% verso il 2019.

I ricavi in **Giappone**, influenzati dalle prolungate misure restrittive dovute alla pandemia, si attestano a 297 milioni di Euro: +16% verso il 2020 e -17% verso il 2019, in recupero nella seconda parte dell'anno.

Il **Medio Oriente** ha raggiunto ricavi pari a 121 milioni di Euro, in crescita del +62% verso il 2020 e del +43% verso il 2019, anche grazie alla ripresa del turismo nell'area.

Wholesale - variazioni a cambi costanti:

Il canale Wholesale ha registrato vendite pari a 386 milioni di Euro: +41% rispetto al 2020 e -29% rispetto al 2019, in linea con la politica selettiva del Gruppo e la strategia di razionalizzazione del canale.

Environmental Social Governance (ESG):

Nel 2021, il Gruppo ha accelerato il suo impegno in materia di sostenibilità con l'implementazione di azioni concrete e numerosi progressi. È stata annunciata la strategia climatica e sono entrate a far parte del Consiglio di Amministrazione Pamela Culpepper e Anna Maria Rugarli, professioniste esperte di sostenibilità, nominate anche nel Comitato ESG di recente costituzione. Il Gruppo proseguirà nel proprio impegno a includere le tematiche ESG lungo tutta la catena del valore e fornirà aggiornamenti sulla strategia e sui prossimi progetti.

Dividendi:

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea Generale degli Azionisti di distribuire un dividendo di 7 centesimi di Euro per azione, per un totale di 179 milioni di Euro, pari a un payout ratio del 61%.

Patrizio Bertelli, Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato:

“Per il Gruppo Prada i primi mesi del 2022 sono stati molto promettenti. Prosegue l'esecuzione della strategia di lungo periodo, i cui pilastri sono l'identità distintiva dei nostri brand, la qualità dei prodotti, il

know-how industriale, il focus sulla distribuzione diretta e la sostenibilità al centro dei nostri valori. Abbiamo intrapreso azioni decisive per rispondere alle esigenze di un mercato del lusso in continua evoluzione e posso confermare che abbiamo registrato una crescita significativa di ricavi e margini”.

“Questi risultati consolidano la nostra fiducia per il raggiungimento dei target di medio periodo, seppur al momento resti difficile valutare le implicazioni sull’economia globale del conflitto in Ucraina. La preoccupazione del Gruppo è rivolta oggi a tutti i nostri colleghi che subiscono gli effetti della guerra e alle loro famiglie, a cui continueremo a fornire supporto, così come alle comunità locali e alle persone che si trovano in grave difficoltà in questo tragico momento”.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Gruppo Prada

corporatepress@prada.com

www.pradagroup.com

Il Gruppo Prada

Voce autorevole nel settore del lusso e precursore di un dialogo costante con la società contemporanea che attraversa diverse sfere culturali, il Gruppo Prada fonda la sua identità su valori essenziali quali l'indipendenza creativa, la trasformazione e lo sviluppo sostenibile. Sulla base di questi principi, offre ai suoi marchi una visione condivisa per interpretare ed esprimere il loro spirito. Il Gruppo possiede alcuni dei più prestigiosi marchi nel settore del lusso, Prada e Miu Miu, a cui si aggiungono Church's, Car Shoe e Marchesi 1824 e punta ad accrescere il loro valore, aumentandone la visibilità e la desiderabilità nel tempo. Le collezioni di abbigliamento, pelletteria e calzature - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 635 negozi di proprietà, il canale e-commerce diretto, nonché selezionati e-tailers e department stores in tutto il mondo. Il Gruppo, che opera anche nel settore dell'occhialeria e dei profumi attraverso accordi di licenza, conta 23 stabilimenti e oltre tredicimila dipendenti nel mondo.